

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Asosiasi Perusahaan Retail Indonesia (APRINDO), mengungkapkan bahwa pertumbuhan bisnis retail di Indonesia meningkat. Dalam periode 6 tahun terakhir ini dari tahun 2007-2012, jumlah gerai retail di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Hal ini didukung karena adanya perilaku berbelanja konsumen yang sudah mulai bergeser dari berbelanja di pasar tradisional menuju pasar modern. Pada tahun 2015 ini jumlah penduduk di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik (BPS) sekitar 255 juta, ini menunjukkan bahwa potensi bisnis ritel modern semakin meningkat bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Secara umum, bisnis ritel merupakan salah satu usaha yang memiliki prospek cukup baik. Hal ini terkait pula dengan meningkatnya kebutuhan terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan yang cukup besar, terutama jika dilihat jumlah populasi penduduk Indonesia pada tahun 2010 diperkirakan mencapai kurang lebih 220 juta jiwa (Utami: 2008). Bisnis ritel di Indonesia diklasifikasikan menjadi dua yaitu ritel modern dan ritel tradisional. Pada pertumbuhan bisnis ritel modern seperti department store tidak sepesat bisnis ritel lainnya seperti hypermart dan minimarket. Department store merupakan ritel yang menjual produk non makanan yaitu fashion yang termasuk pakaian, tas, sepatu, aksesoris dan lainnya.

Perkembangan fashion dimulai pada tahun 1920, dimana pada tahun tersebut merupakan awal kebangkitan kaum perempuan hingga akhirnya mencapai kemerdekaannya, dan pakaian terlahir dengan pandangan yang berbeda. *Fashion* sendiri berkembang karena adanya

keterlibatan konsumen sebagai obyek pengguna busana atau pakaian tersebut.

Kotler dan Keller (2002: 139), Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan Yamit (2005: 78) “Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya”. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Sedangkan, harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk.

Gronroos (1988) dalam Munhurrin (2010) mengungkapkan bahwa kualitas layanan merupakan perbedaan antara layanan yang disampaikan oleh organisasi dan kinerja pelayanan karyawan yang diharapkan. Kualitas layanan yang diberikan bagus maka konsumen akan merasa puas.

Loyalitas konsumen didefinisikan Oliver (dalam Taylor *et al*, 1999:218) sebagai komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain konsumen akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Menurut Sutisna (2001: 41) loyalitas konsumen dapat dikelompokkan kedalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*)

METRO Department Store adalah salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia. Prioritas utama yang dimiliki METRO adalah fokus dalam melayani kebutuhan pelanggan dan mempunyai komitmen

memberikan pelayanan terbaik serta menawarkan produk yang memiliki nilai dan berkualitas tinggi.

Alasan peneliti memilih variabel *Service Quality* sebagaimana peneliti ingin mengetahui kualitas layanan yang menjadi prioritas pada toko METRO. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh kinerja karyawan terhadap loyaltias toko dan kepuasan konsumen. Judul yang dikemukakan adalah **“Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Store Loyalty* Dengan Mediasi *Customer Satisfaction* Pada Metro Department Store Di Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada METRO Department Store di Surabaya?
2. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *store loyalty* pada METRO Department Store di Surabaya?
3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *store loyalty* pada METRO Department Store di Surabaya?
4. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *store loyalty* dengan mediasi *customer satisfaction* pada METRO Department Store di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada METRO Department Store di Surabaya.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *store loyalty* pada METRO Department Store di Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *store loyalty* pada METRO Department Store di Surabaya.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *store loyalty* dengan mediasi *customer satisfaction* pada METRO Department Store di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan agar pihak-pihak berkepentingan dapat mengambil manfaat, antara lain :

1. Manfaat akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan supaya dapat menambah wawasan bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *store loyalty* dengan mediasi *customer satisfaction* METRO Department Store di Surabaya.

2. Manfaat praktik

Mengetahui dan memahami mengenai pengaruh pengambilan keputusan konsumen terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas toko pada *Department Store* dan perusahaan dapat lebih mengenal apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan dapat menjadikan perusahaan semakin berkembang di masa yang akan datang. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi para peneliti selanjutnya dan menjadi informasi tambahan bagi para peneliti yang berhubungan dengan loyalitas toko.

1.5 Sistematika Penulisan

Jurnal ini disajikan dalam 5 bab adapun isi dari masing-masing bab ini secara singkat sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar pokok permasalahan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis, dan model analisis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan cara-cara untuk melakukan kegiatan penelitian mulai dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, dan teknik analisis data

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data, pembahasan masalah dengan mengedarkan beberapa kuesioner pada responden.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan-simpulan dari uraian-uraian secara keseluruhan dengan menyertakan saran-saran yang dianggap perlu.